

TESIS

**FENOMENA *JOB CRAFTING*
PADA KARYAWAN GENERASI Y:
MOTIF DAN STRATEGI PELAKU**



ALBERTUS PANDU ADITYA

No. Mhs.: 16.517/PS/MM

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2018**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PERSETUJUAN TESIS

Nama : ALBERTUS PANDU ADITYA
Nomor Mahasiswa : 165002517/PS/MM
Konsentrasi : Sumber Daya Manusia
Judul Tesis : Fenomena *Job Crafting* pada Karyawan Generasi Y:
Motif dan Strategi Pelaku

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D

15 Maret 2018



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : ALBERTUS PANDU ADITYA
Nomor Mahasiswa : 165002517/PS/MM
Konsentrasi : Sumber Daya Manusia
Judul Tesis : Fenomena *Job Crafting* pada Karyawan Generasi Y:
Motif dan Strategi Pelaku

Nama Dosen Penguji

Tanggal

Tanda Tangan

(Ketua)

Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.

20/04/18

(Anggota)

Dr. C. Handoyo Wibisono, MM

23/4-2018

(Anggota)

Prof. Dr. Shellyana Junaedi, SE., M. Si.

23 April 2018



Ketua Program Studi

PROGRAM
PASCASARJANA

Dr. Dra. J. Ellyawati, MM.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya yang telah menyertai penulis selama proses penulisan tesis dari awal hingga selesai. Penelitian ini ditulis untuk memenuhi kewajiban memperoleh gelar Magister Manajemen dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tesis ini disusun atas dasar kepedulian peneliti terhadap karakteristik generasi Y yang cenderung mereka terapkan di lingkungan organisasi. Peneliti menitikberatkan pada bagaimana generasi Y menghadapi pekerjaannya dan usaha dari pihak manajemen dalam mengatasi fenomena tersebut. Peneliti menyusun sebuah penelitian untuk mengetahui apa motif dan bagaimana karyawan generasi Y melakukan *Job Crafting*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan bahwa hasil dari penelitian ini nantinya dapat dijadikan informasi dan pertimbangan pihak manajemen dalam mengelola para karyawan, khususnya generasi Y. Di samping itu, hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan peneliti lain sebagai pemicu penelitian untuk memperluas pengetahuan terkait *Job Crafting*.

Dalam proses penulisan tesis dari awal hingga akhir, peneliti menyadari bahwa terdapat peran dari banyak pihak yang memberikan sumbangan pikiran, ide, waktu, tenaga, bimbingan, dorongan kepada peneliti. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing tesis dan Ibu Mahestu Noviandra Krisjanti, M. Sc. IB, Ph.D. sebagai dosen pembimbing akademik serta Ibu Dr. Dra. J. Ellyawati, MM. selaku Kaprodi. Terimakasih atas bimbingan, arahan, serta masukan kepada saya dalam penyusunan tesis ini.
2. Bapak Dr. C. Handoyo Wibisono, MM, Bapak Drs. D Koeshartono, M.M, Ibu Th. Agung M. Harsiwi, S.E., M.Si, dan Ibu Prof. Dr. Shellyana Junaedi, SE., M. Si. yang telah menjadi dosen penguji mulai dari proposal hingga pendadaran. Terimakasih atas segala saran yang sangat berguna bagi saya.

3. Seluruh bapak dan ibu dosen Magister Manajemen UAJY yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, semoga selalu diberikan kesehatan dan kekuatan untuk terus membagikan ilmu kepada seluruh mahasiswa.
4. Seluruh informan yang bersedia untuk terlibat, meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam proses penelitian ini.
5. Kepada orang tua dan adik saya, Bapak, Ibu, serta Deta. Terimakasih atas segala bantuan serta motivasi yang telah diberikan hingga penulisan tesis ini dapat selesai. Maaf apabila saya terlalu lama dalam berproses.
6. Kepada teman-teman angkatan, semuanya aja! Terimakasih banyak atas pengalaman manis maupun pahit selama kita menjalani saat-saat kuliah. Semoga kita semua dapat segera meraih kesuksesan masing-masing.
7. Kepada teman-teman yang membantu menyelesaikan penulisan tesis ini, entah yang di Jogja maupun yang di luar Jogja. *Lemah teles, Gusti Allah sing mbales!*
8. “Terima kasih kalian barisan para mantan, dan semua yang pergi tanpa sempat aku miliki..”
9. Serta semua teman, saudara, dan musuh yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Termakasih banyak atas segala semangat, doa, dan dukungannya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kesalahan. Oleh karena itu, peneliti menerima segala kritik dan saran yang dapat menyempurnakan karya ilmiah ini.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 24 April 2018

Peneliti,

Albertus Pandu Aditya

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan strategi karyawan generasi Y dalam melakukan *Job Crafting*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan wawancara mendalam untuk melakukan pengumpulan data. Informan yang terlibat berjumlah 6 (enam) orang dari tiap perusahaan yang bergerak pada industri jasa di Indonesia, antara lain: jasa periklanan, komunikasi, perbankan, pertelevisian, transportasi, dan hotel. Para informan dipilih sesuai kriteria sebagai berikut: generasi Y (usia 23-27 tahun), level staff, telah bekerja kurang lebih selama 2 (dua) tahun, dan tentunya melakukan *Job Crafting*. Setelah analisis data penelitian menggunakan metode Miles & Huberman, ditemukan hasil bahwa terdapat 7 (tujuh) motif, antara lain: otonomi kerja, kesesuaian dengan *passion*, makna kerja, kepastian kerja, dukungan kerja, keseimbangan hidup, dan penghargaan diri. Ketujuh motif tersebut menjadi alasan dasar untuk melakukan *Job Crafting*. Dari tiap bentuk perilaku, ditemukan 2 (dua) hingga 3 (tiga) strategi yang dilakukan. Pada Bentuk tugas (*task*), strategi yang dilakukan antara lain: penambahan tugas, pengorbanan materi, dan perubahan desain kerja. Dalam hal relasi (*relation*), strategi yang dilakukan: Menambah dan memperdalam relasi. Terakhir, dalam hal kognitif (*cognitive*), strategi yang dilakukan: pemaknaan kerja, berpikir realistis, dan pencapaian. Perilaku *Job Crafting* dilakukan sesuai dengan motif yang mereka miliki masing-masing. Mereka melakukan 1 (satu) strategi, atau mengombinasikan dengan strategi lain. Proses kombinasi tersebut merupakan tahapan, sehingga menimbulkan rangsangan (motif baru) perilaku selanjutnya.

Kata Kunci: *Job Crafting*, Generasi Y, Motif, Strategi, Indonesia

ABSTRACT

This study was conducted to discover the motive of doing job crafting and how they do that. Data collection occurred through semi-structured face-to-face interviews, and involved 6 (six) informants from different service companies in Indonesia. Each company includes: advertising, telecommunications, banking, broadcast, transportation, and hotel. Informants are selected by certain criterias. They are Y generation (23-27 years old), have been working for about 2 years, and certainly done job crafting. This analysis using Miles & Huberman method and found several themes of the motives in doing the job crafting. The themes are: working autonomy, suitability with passion, meaning of work, working certainty, supports, life balance, and self-esteem. These seven motives are the basic reason for doing Job Crafting. Another theme is also discovered in each strategy (Task, Relation, Cognitive) of job crafting. In Task, the themes are: task addition, material sacrifice, and changes in working design. In Relation, the themes are: broaden and deepen the networking/relation. Lastly, in Cognitive, the themes are: meaning of work, realistic thinking, and achievement. Each employee has done the job crafting based on their own motives and intention. They can only apply one strategy or combine several strategies. This combining process is a stage which will create another new motive of the next action.

Keywords: *Job Crafting, Y Generation, Motives, Strategy, Indonesia*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
INTISARI	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Fokus Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tujuan Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. <i>Job Crafting</i>	9
B. Generasi Y	18
C. <i>Job Crafting</i> pada Generasi Y.....	20
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Situasi Sosial.....	21
C. Alat Penelitian.....	23
D. Metode Analisis Data.....	24
E. Tahap – tahap Penelitian.....	25
1. Penentuan Informan	25
2. Memsatikan Informan.....	25
3. Wawancara Pengumpulan Data	25
4. Analisis Data.....	26
5. Pengujian Kredibilitas.....	26

BAB IV. PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian.....	28
1. Proses Pengambilan Data.....	28
2. Jadwal Pelaksanaan Wawancara.....	29
B. Analisis Data.....	30
1. Motif <i>Job Crafting</i>	31
a. Otonomi Kerja.....	31
b. Kesesuaian dengan <i>Passion</i>	34
c. Makna Kerja.....	36
d. Kepastian Kerja.....	39
e. Dukungan Kerja.....	39
f. Keseimbangan Hidup.....	43
g. Penghargaan Diri.....	45
2. Strategi <i>Job Crafting</i> – Bentuk Tugas (<i>Task</i>).....	47
a. Penambahan Tugas.....	47
b. Pengorbanan Materi.....	50
c. Perubahan Desain Kerja.....	51
3. Strategi <i>Job Crafting</i> – Relasi (<i>Relational</i>).....	54
a. Menambah Relasi.....	54
b. Memperdalam Relasi.....	56
4. Strategi <i>Job Crafting</i> – Kognitif (<i>Cognitive</i>).....	58
a. Pemaknaan Kerja.....	59
b. Berpikir Realistis.....	62
c. Pencapaian.....	65
C. Pembahasan.....	68

BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI PENELITIAN, DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	75
B. Implikasi Penelitian.....	76
C. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

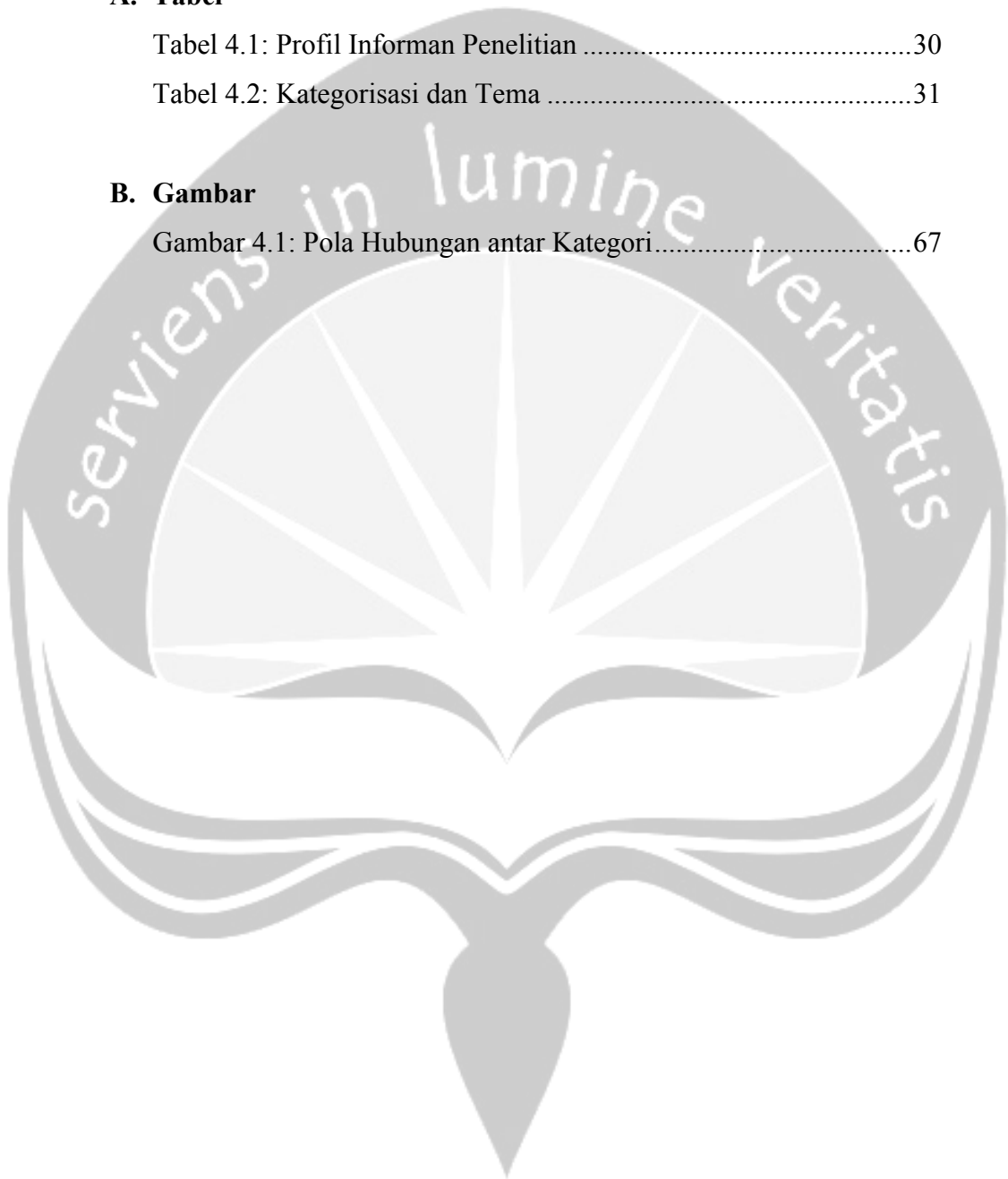
A. Tabel

Tabel 4.1: Profil Informan Penelitian30

Tabel 4.2: Kategorisasi dan Tema31

B. Gambar

Gambar 4.1: Pola Hubungan antar Kategori.....67



DAFTAR LAMPIRAN

A. Panduan Pertanyaan Wawancara.....	84
B. Pernyataan Kesanggupan sebagai Informan	85
C. Reduksi Data Wawancara Informan R	86
D. Reduksi Data Wawancara Informan Y	90
E. Reduksi Data Wawancara Informan T	95
F. Reduksi Data Wawancara Informan S	96
G. Reduksi Data Wawancara Informan D	98
H. Reduksi Data Wawancara Informan N	102